

2018 GPIC 6th Symposium Digest Report

2018/11/29
GPIC 研究会

【今回のテーマ】

近時、米国では、GAFA(Google, Apple, Facebook, Amazon) が圧倒的な時価総額を誇り、米国産業界を牽引している。彼らは、20 年前後の歴史しか持たないにも関わらず、グローバルな範囲で、かつグリーン化エネルギーを含む幅広い産業分野に大きな影響力を持つに至っている。彼らの著しい成長力は、卓越した技術力とプラットフォームを意識した経営戦略にある。

そこで、今回のシンポジウムの開催趣旨は、プラットフォーム戦略に焦点を当て、プラットフォーム戦略を構成するマーケット戦略や知財戦略について専門家の意見を伺うとともに、実務としてプラットフォーム戦略に取り組んでいる企業の活動を紹介することで、「技術で勝って、ビジネスでも勝つ」ために有用なプラットフォーム戦略について役立つ基礎情報を共有する機会とする。

【開会の辞】 「GPIC 研究会の活動と今回のシンポジウムの位置付け」

GPIC 会長 西口 泰夫 氏

(概要)

本年度の GPIC 研究会の活動は、「技術で勝ってビジネスでも勝つ」ということについて、勝つ企業には「勝つための戦略」が存在しているのではないかという仮説を立て、国内企業において成功を収めている企業の実体験を持つ方を講師に招き、「勝つための戦略」が存在することを検証した。「勝つための戦略」として注目するのが近時「プラットフォーム戦略」と称されるものである。特に、米国の産業界において新しい技術に関するイノベーションにベンチャー企業が貢献する仕組みが整備されているのに対して、日本の産業界では、環境整備ができていない点に留意し、グローバルなスピード感を見失わないようにする努力が求められる。

【基調講演1】 「エレクトロニクス市場におけるプラットフォームとマーケティング戦略」

IHSマークイットジャパン合同会社 日本調査部ディレクター
南川 明 氏



(概要) プラットフォーム戦略において、重要なのは顧客のニーズをいかに正確に把握するかであり、顧客がより楽に利用できるようにプラットフォームを構成することが成功のカギを握っている。また、プラットフォームは、近時急成長をみせているシェアリングエコノミーとも密接に関係しており、所有より利用へと移り変わる価値観を前提に製品のマーケティング戦略を検討する必要がある。さらに、近時の米国が中国を標的とした徹底的な保護貿易主義は、確実に我が国の産業にもその影響を与えるようになることから、日本企業もその対策を十分に検討する必要がある。

さらに、近時の米国が中国を標的とした徹底的な保護貿易主義は、確実に我が国の産業にもその影響を与えるようになることから、日本企業もその対策を十分に検討する必要がある。

【基調講演 2】 「GAFA に学ぶプラットフォーム構築のための知財戦略」

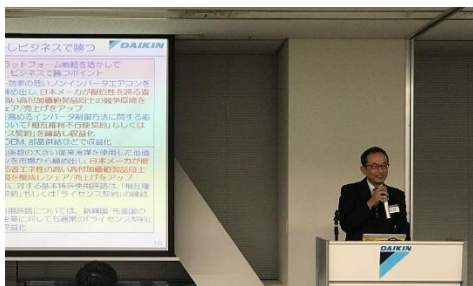
新エネルギー・産業技術総合開発機構 IoT 推進部 統括主幹
大嶋 洋一 氏

(概要)

GAFA が急成長した理由は、そのビジネスモデルにプラットフォーム戦略を採用した点にある。プラットフォーム戦略には、生産者と利用者が急増するネットワーク効果という成長スピードを加速する機能が備えられており、GAFA はその機能を巧みに利用して急成長を遂げた。また、「GAFA のプラットフォーム戦略は、知財戦略が密接に支援しており、Apple のように排他権を行使するクローズな戦力から Facebook のように他者から特許を購入してでも安全性を確保するためのオープンな戦略まで自社の経営戦略に整合した知財戦略が採られている。

【基調講演 3】 「グローバル空調ビジネスにおけるプラットフォーム戦略」

ダイキン工業株式会社 グローバル戦略本部 営業企画部 専任部長
中野 容道 氏

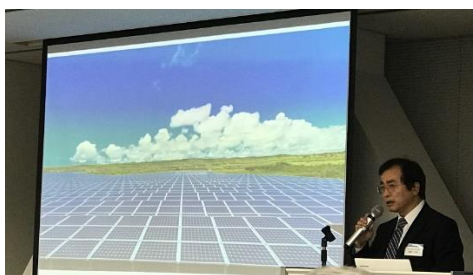


(概要) 空調ビジネスにおいて、省エネ性や快適性といった優位性を発揮できる差別化技術を軸にしたプラットフォーム戦略を実践してきた。特に、知的財産については、その価値の相対性を利用して先進国と開発途上国とでは、異なる活用方法が効果的であった。ただ、ビジネスの現場では、戦略が先にありきということではなく、戦略に加えて、市場

開拓をするために真摯に顧客のニーズに向き合い、それに誠実に応えていく姿勢が極めて重要であり、現場思考は戦略以上に大切である。

【基調講演 4】 「電力及び環境価値取引におけるプラットフォーム戦略」

デジタルグリッド株式会社 代表取締役会長 (CEO&CTO)
阿部 力也 氏



(概要) プラットフォームは、市場原理が導入されるという意味において、市場に対して極めて大きなインパクトを持っている。電力の世界では、環境問題という評価軸からなる環境評価を交えて、生産者である発電業者、電力売買を仲介する仲介業者、電力を購入する消費者というプレーヤが登場し、市場原理導入の幕開けともいえるタイミングであり、プラ

ットフォームを制する者が電力及び環境価値の世界を制することが可能な時代を迎えている。

(以上、文責、GPIC 研究会)